



UNIVERSIDAD SIMÓN BOLÍVAR

DIVISIÓN	FÍSICA Y MATEMÁTICAS			
DEPARTAMENTO	PROCESOS Y SISTEMAS			
ASIGNATURA	PS6180 eBUSINESS, GERENCIA EN LA NUEVA ECONOMÍA			
HORAS/SEMANA	T	P	L	U
VIGENCIA	DESDE ENERO 2002			
REQUISITO				

PROGRAMA

Objetivo:

En los últimos años han ocurrido cambios importantes en la forma en la cual se realizan los negocios, y más importante aun en la forma en la cual se gerencian las empresas.

Se ha especulado mucho sobre el tema Internet y Nueva Economía, pero la experiencia de los últimos tiempos nos ha demostrado que si bien se cuentan con herramientas diferentes y algunas variables importantes del mercado han cambiado, aun los negocios se comportan como tal y siguen una serie de reglas que no cambian tan radicalmente con el sólo hecho de agregar la letra “e”.

General:

El objetivo general de este curso es proveer a los estudiantes de conocimientos y herramientas gerenciales, estratégicas y operativas validas en el ambiente de negocios actual. El curso tiene un sesgo importante hacia el área de operaciones, haciendo énfasis en el manejo de los cambios que se están ocurriendo en la cadena de valor.

Específicos:

- Proveer conocimientos y herramientas gerenciales enfocadas hacia el ambiente de negocios competitivo de la actualidad.
- Fomentar la visión integral de la organización y del concepto de cadena de valor como centro de desarrollo del negocio.
- Brindar la oportunidad de integrar los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera y ponerlos en práctica por medio de la resolución de problemas enfocados en temas de actualidad.
- Fortalecer las habilidades de comunicación tanto oral como escrita, mediante la realización de presentaciones y resúmenes ejecutivos.

Metodología:

Se dictará una clase a la semana, la cual tendrá una duración de tres horas. La clase estará compuesta por una exposición por parte del profesor y discusiones sobre los *paper* asignados. Adicionalmente, se emplearán recursos audiovisuales, casos de estudio e invitados que ayudarán a la fijación de los conocimientos. Durante todo el trimestre los alumnos deberán desarrollar un proyecto de negocios, el cual deberá emplear los conocimientos adquiridos en el curso y en otras materias. Este proyecto deberá ser presentado al final del curso y será acompañado con un caso de negocios estructurado y justificado.

Contenido

Sección 1 Introducción.

Temas:

- Introducción al curso.
- Método de resolución de casos.

Lecturas:

- Learning by Case Method.
- Note to the Student on the Case Method.

Sección 2 eBusiness y la Nueva Economía.

Temas:

- Conceptos generales de Internet e eBusiness.

Lecturas:

- Capítulo introductorio a la Nueva Economía.
- Capítulo 1 de The Essential eProcurement Guide for Executives – Lane & Lane.

Sección 3 eStrategy.

Temas:

- Conceptos de Estrategia.
- Conceptos de eStrategy.
- Generación de valor.

Lecturas:

- The Dynamic of value Dynamics – Ed Gyniad.

Asignaciones:

- Caso 1: Dell Selling directly, globally.

Sección 4 Mercado Digitales.

Temas:

- Conceptos y tipos de Mercados Digitales.
- Evolución y tendencia de los Mercados Digitales.
- Beneficios y usos de los Mercados Digitales.

Lecturas:

- (Digital Markets).

Sección 5 Cadena de Suministros (Visión General).

Temas:

- Conceptos de Cadena de Suministros.
- Cambios y evolución de la Cadena de Suministro.
- La Cadena de Suministros y el Internet.

Lecturas:

- Capítulo 8 Supply Chain Management: Interenterprise fusion.

Sección 6 Gestión de compras y Strategic Sourcing.

Temas:

- Conceptos generales de gestión de compras.
- Evolución de la gestión de compras.
- Mejores prácticas de compras.
- Concepto de Strategic Sourcing.
- Beneficios del Strategic Sourcing.

Lecturas:

- Capítulos 2 y 3 de The Essential eProcurement Guide for Executives – Lane & Lane.
- Strategic Sourcing To make or not to make.
- Capítulo 5 de The Essential eProcurement Guide for Executives – Lane & Lane.

Sección 7 eProcurement.

Temas:

- Concepto de eProcurement.
- Evolución y tendencias del eProcurement.
- Beneficios del eProcurement.
- Aplicación de eProcurement.

Lecturas:

- eProcurement at Schlumberger.
- Capítulos 4 y 6 de The Essential eProcurement Guide for Executives – Lane & Lane.

Asignaciones:

- Caso 2: American Food and Grains: Commodity and ingredient procurement.

Sección 8 Relaciones con el consumidor.

Temas:

- Conceptos generales de mercadeo.
- Conceptos de CRM (Customer Relationship Management).
- Herramientas y tendencias en el CRM.

Lecturas:

- Kotler, 1993. Administración de productos a través de su ciclo de vida.
- Capítulos 5 Customer Relationship Management: Integrating processes to build relationships.

Asignaciones:

- Caso 3: Euro-Air.

Sección 9 Actividades de Apoyo y Servicios Compartidos.

Temas:

- Conceptos de actividades de apoyo y servicios compartidos.
- Evolución y tendencias.
- Beneficios de los centros de servicios compartidos.
- Aplicación de centros de servicios compartidos.

Lecturas:

- Arthur Andersen. Shared Services handbook.
- Barker, Godley & Curtice. Creating a Successful Shared-Services Organization.

Sección 10 Conclusiones.

Temas:

- Conclusiones generales.
- Herramientas de aplicación.

Sección 11 Presentación de Trabajos.

Temas:

- Equipos presentaran sus trabajos finales.

Sección 12 Presentación de Trabajos.

Temas:

- Equipos presentaran sus trabajos finales.

Temas

1. Conclusiones.
2. Revisión de lo aprendido.

Evaluación

1. Casos 45%

- Serán un total de tres casos cada uno tendrá un valor del 15%.
- Serán hechos en equipos de 4 ó 5 personas.
- No deberán excederse de 5 páginas.
- Se sugiere seguir el modelo discutido en clase, pero no es obligatorio.
- So se recibirá después de la fecha prevista.

2. Trabajo Final 45%

- Este trabajo será en equipos de 4 ó 5 personas.
- Se entregará el día de la presentación.
- No debe exceder de 20 páginas.
- Deberá hacerse una presentación sobre el trabajo.
- El tema es libre (A acordar con el Profesor).

3. Apreciación personal 10%

- Evaluación continua.
- Participación en clase,
- Lectura de las asignaciones, etc.